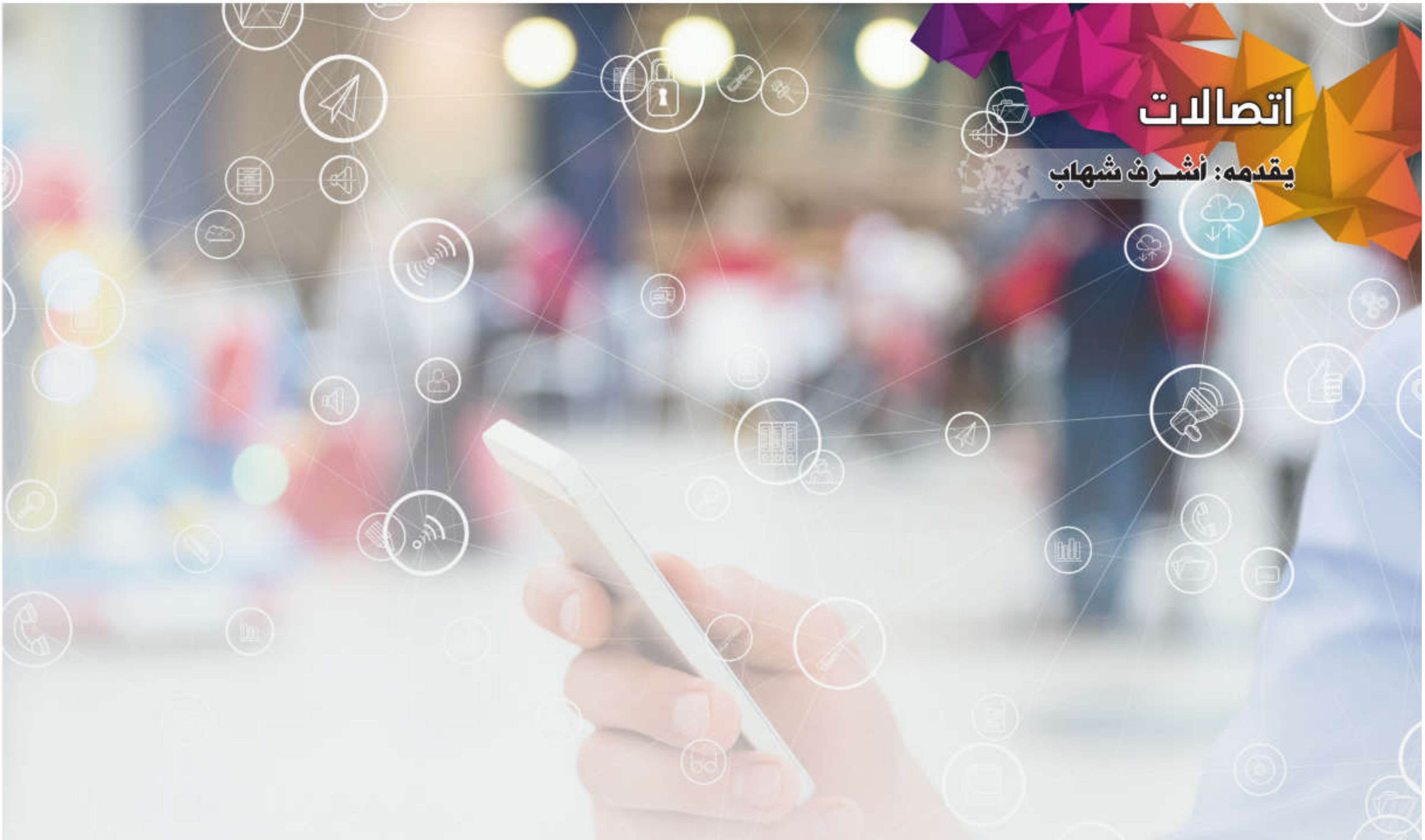
يقدمه: أشرف شهاب



الطموحات الرقمية لشركات الاتصالات..
منافسة عاتية وتحديات صعبة

على الرغم من سعى شركات الاتصالات إلى تحقيق طموحاتها الرقمية، إلا أنها تواجه منافسة عاتية من منصات الإنترنت الرئيسية كمنصات جوجل، وأمازون، وآبل، التى تسعى لتقديم خدمات قيمة مضافة فى مجالات النمو المستقبلى الأساسية كخدمات الترفيه، والأجهزة الذكية، والخدمات المنزلية الذكية، وغيرها، نظرا لأن هؤلاء اللاعبين يتفوقون من حيث امتلاكهم لخبراء فى تحليل البيانات، وتطوير البرمجيات، خصوصا مع ما يؤكده خبراء الاتصالات على مستوى العالم من أن الخدمات الرقمية، والتلفزيونية، والخدمات المالية تعتبر من أكثر المصادر الواعدة للإيرادات الجديدة فى السوق الاستهلاكي على مدار السنوات الخمس القادمة.
كيف يمكن لمشغلى الاتصالات تنفيذ إستراتيجياتهم الرقمية بنجاح فى هذا السوق الاستهلاكي سريع التطور؟

يتوقع خبراء الاتصالات، انخفاضات مستمرة فى المجالات الأساسية لعمل شركات تقديم خدمات الاتصالات التليفونية المحمولة، فعلى سبيل المثال، من المتوقع أن تقل الإيرادات من الخدمات الصوتية لتصل إلى حوالى 59 ٪ فقط من الإيرادات بدلا من 71 ٪ وفى نفس الوقت سترتفع العائدات من الخدمات الرقمية إلى 14 ٪ بدلا من 7 ٪. ومع ذلك، ستتواصل الحاجة إلى توفير أجهزة أكثر ذكاءا، وقدرات أعلى على الاتصال لدعم طموحات شركات الاتصالات فى البقاء فى ساحة المنافسة.

ومن المتوقع أن تفرض هذه التحديات على شركات الاتصالات إعادة تقييم طموحاتها وأولوياتها الإستراتيجية، ثم مواءمة نموذج التشغيل الخاص بها مع هذه الإستراتيجية، وضرورة الدخول بقوة فى مجال تحليلات البيانات. وفى هذه الحالة، ستكون شركات الاتصالات قادرة على التركيز والعمل بالسرعة المطلوبة لتقديم محفظة متنوعة من المنتجات والتفاعل مع العملاء للارتقاء بطموحهم الاستراتيجى وتوقعات العملاء.

نماذج التشغيل

يدرك مشغلو خدمات الاتصالات أنهم بحاجة إلى إجراء تغييرات أساسية على نماذج التشغيل الخاصة بهم لتحقيق أهدافهم وطموحاتهم الاستراتيجية. وعلى سبيل المثال تمثل عملية استخدام بيانات العملاء على نحو أفضل أولوية قصوى بالنسبة لتلك الشركات، فعلى الرغم من أن مشغلى خدمات الاتصالات لديهم كميات هائلة من البيانات والمعلومات عن المستخدمين، وسلوكياتهم، وعاداتهم الاتصالية، وغيرها من المعلومات التى يمكن استخلاصها بسهولة، إلا أن معظم تلك الشركات لم تتمكن من استخدام هذا المورد الهام المتوافر لديها بفعالية.

تبسيط الخدمات

وفى نفس الوقت، فشلت العديد من الشركات فى تبسيط الخدمات والخطط المعقدة، حيث تشهد سوق الاتصالات كميات هائلة من العروض من عدة شركات فى نفس الوقت، وقد أدى تنوع العروض وتعدد الشركات إلى زيادة الغموض واللبس والتعقيد لدى المشتركين بدلا من تبسيطه.

من جهة أخرى، يتضح يوما بعد يوم أن هناك إجماعًا واسعًا على أن تطبيقات الأجهزة المحمولة أصبحت من أهم قنوات خدمة العملاء، وصار من المتوقع أن يتم تطوير تلك البرامج بشكل متزايد، مع دعمها بواجهات صوتية، وبتقنيات الذكاء الاصطناعى، ومع ذلك، فإذا نظرنا إلى تطبيقات المحمول الخاصة بمعظم الشركات العاملة فى السوق لوجدنا أنها لا تحظى بالنجاح المتوقع، والغالبية العظمى من المشتركين لا يعرفون عنها شيئا، والأقلية من المشتركين الذين حاولوا استخدام تلك التطبيقات وجدوا أنها لا تلبى متطلباتهم المتوقعة فى التعامل مع الشركة وإدارة حساباتهم بأنفسهم، لأن واجهات التطبيقات ضعيفة، والخدمات التى تقدمها محدودة جدا لا يمكن التعويل عليها أو الثقة فى نتائجها. وهذا ما يزيد الضغط على الخدمات التقليدية لخدمات العملاء بتلك الشركات، وهو ما لا تتحمله تلك الإدارات المحدودة لعدة عوامل، فتفشل فى الحصول على رضا العملاء، وبالتالى، تتزايد نسبة عدم الرضا عن خدمات الشركة، فيقل ولاؤهم لها، ويصبح الهروب إلى مشغل آخر أحد الحلول المطروحة فى ذهن العميل.

وهكذا، بدلا من أن يؤدى اللجوء إلى قنوات المعلومات والتطبيقات أحد الأدوات المساهمة فى الحفاظ على العملاء، تتحول إلى مهمة عكسية، وتصبح من الأدوات المسهمة فى طرد العملاء.

ويبدو الأمر غريبا، لأن المفترض أن تكون إدارة المنتجات وإدارة العملاء على رأس أولويات شركات الاتصالات، وأن تتوافق آليات إدارة المنتجات والعملاء مع الأهداف الرئيسية والاستراتيجية للشركات المتمثلة فى المزيد من التوسع فى الخدمات والمحتوى الرقمى.

وتشير نتائج دراسة أجرتها شركة "آيه تى كيرنى" A. T. Kearney العام الماضى إلى أن شركات الاتصالات الراغبة فى تحقيق طموحاتها الرقمية، وإنجاز عمليات التحول الرقمى بنجاح تحتاج إلى التركيز على عدة عناصر من أهمها، الإسراع فى تنفيذ التغييرات، وزيادة تركيز الميزانيات. كما يعتقد الخبراء أن من أهم التحديات التى تعوق الشركات عن تنفيذ استراتيجياتها وجود نقص فى القدرات والمهارات لدى موظفيها.

نماذج التشغيل

هناك نماذج محتملة يمكن لمشغلى الاتصالات تبنيها للمضى قدما فى التحول المنشود، كل منها يناسب نوعا مختلفا من المشغلين، من بينها نموذج تجزئة قنوات التشغيل المتعددة Omnichannel وهى استراتيجية تستخدمها المؤسسات لتحسين تجربة المستخدم الخاصة بها. وبدلا من العمل بشكل متواز، يتم تصميم قنوات الاتصال وموارد الدعم الخاصة بها وتنسيقها لضمان تكامل وتنسيق تلك القنوات بحيث تكون تجربة الانخراط فى جميع القنوات التى يختارها شخص ما أكثر كفاءة أو ممتعة من استخدام قنوات فردية بمعزل عن غيرها.

ومن الأمثلة على هذا النموذج القنوات الخاصة بمجالات الخدمات المالية، والخدمات الحكومية. ويتضمن هذا النموذج قنوات مثل: التجارة الإلكترونية، وتطبيقات الهاتف المحمول، والوسائط الاجتماعية. وتعتقد الشركات التى تلجأ لاستخدام هذا النموذج أنه يتيح للعميل القدرة على التعامل مع الشركة من خلال طرق متعددة فى نفس الوقت.

يتضمن النموذج متعدد القنوات أيضا دمج قناة رقمية قوية فى القنوات المادية المباشرة وغير المباشرة الحالية.

وسواء لجأت الشركات إلى استخدام هذا النموذج أم لا، فإن الشركات ستحتاج إلى توجيه عملياتها نحو التركيز على استخدام بيانات العملاء فى الوقت الفعلى، والتركيز على تعدد الوظائف التى تقدمها أى قناة، نظرا للمنافسة الشديدة التى يواجهونها من مزودى الخدمة المستندة إلى الإنترنت (منصات الإنترنت) السابق الإشارة إليها. وتحتاج شركات الاتصالات إلى تبنى قاسم مشترك واحد، مع إعادة تكوين نموذج التشغيل بالكامل لتتمكن من تسخير البيانات فى الوقت الفعلى لمصلحتها، والتقارب بالتالى مع جميع النماذج الموجودة لدى مشغلى الاتصالات الآخرين.

ويرغب معظم مشغلو الاتصالات فى أن تصبح شبكاتهم متميزة، يقدمون عبرها أفضل تجربة للعملاء مع خدمات رقمية حديثة. ومن الواضح أن العملاء سيرحبون بهذا، كما أنهم سيرحبون أيضا بالعروض ذات التسعير الجيد والشفاف. ولكنهم سيظلون فى نفس الوقت منفتحين على المشغلين الآخرين الذين سيقدمون المزيد من الخدمات. وهو ما يعنى أن مجرد تقديم عروض جيدة، وتسعير منخفض ليس كافيا للحفاظ على ولاء العملاء بل لا بد من السعى المتواصل لتقديم الأحدث والأفضل.





ولاء المستخدمين

علـى الرغم مـن وضوح حجم المنافسـة بين مشـغلى خدمـات الاتصالات للحصول على ولاء المستخدمين، إلا أن بعض شركات الاتصالات لا تتمكن من تحقيق هذا الهدف، والبعض منهم لا يرغبون فى السير فى هذا الاتجاه على اعتبار أنهم يركزون على الهدف الأساسى لهم وهو توفير خدمات الاتصالات الأساسـية. ومن غيـر المرجح أن يـؤدى وصول تقنيات الجيـل الخامس من الاتصالات المحمولة إلى وقف هذا الاتجاه، حيث إن معظم المسـتهلكين لن يكونوا مسـتعدين لدفع مبالغ إضافية للحصول على اتصالات عالية السرعة أو لمجرد الحصول على تحسينات فى الخدمات. ولا تتوقع الشركات التى تسير فى هذا الاتجاه أى تحولات كبيرة فى أسـعار التوصيل أو فى نماذج الأعمال. ويتوقعون أن تسـتمر طريقة التشـغيل الحالية لتجميع المكالمات الصوتية مع خطط البيانات فى كل من سـوق الاتصالات الثابتة والمحمولة. ويسـتند هؤلاء إلى أن الاتصال سيظل يولد نحو 59 ٪ من الإيرادات على مدار السنوات الخمس المقبلة.

توزيع الأجهزة

لضمان الاحتفاظ بالعملاء الحاليين، وجذب المزيد من العملاء الجدد، وتوليد المزيد من الإيرادات، سـعت بعض شـركات الاتصالات إلـى توزيع الأجهزة، وتقديـم عـروض مختلفة لتمليك الأجهـزة للعملاء، سـواء من خلال خطط تقسـيط للأسعار، أو تمليكها مجانا مقابل التزام العميل بأحد العروض التى تقدمهـا الشـركة. لكن الخبراء يعتقـدون أن تدفق الإيـرادات هذا يتعرض للضغط مع استمرار دورات ترقية الأجهزة الهاتفية، وقيام الشركات المصنعة للهواتف ببيع الأجهزة بشكل مباشر إلى المستهلكين. علاوة على ذلك، يحاول العديد من المشـغلين الابتعاد عن نماذج تمليك الأجهزة للمشـتركين عن طريق خفض الدعم، و التوجه نحو تقديم بدائل للتأجير، أو عن طريق تقديم عروض جذابة لشرائح الاتصال التليفونى SIM Cards فقط. ويبدو أن الدافع وراء هـذا الاتجاه هو الرغبة التى لاحظتها الشـركات مـن العملاء فى تجنب الالتزام بالعقود، وقيامهم بترقية أجهزتهم فى دورات زمنية أطول فقد كان من الواضح أن العديد من العملاء ليسوا راغبين فى ترقية أجهزتهم بشكل دورى.

ويتوقع الخبراء أن مبيعات شـركات المحمول من الأجهزة سـتمثل حوالى 9 ٪ فقط من إجمالى إيراداتها خلال السـنوات الخمس المقبلة، بدلا من 11 ٪ حاليـا. وعلى الرغم من الانخفاض الملحوظ فى مبيعات الهواتف والملحقات (الإكسسوارات)، إلا أن العديد من الشركات تعتقد أن التوجه نحو بيع الأجهزة القابلة للإرتداء مثل الساعات الذكية، وأنظمة الأمن المنزلى القوية، وغيرها من الأنظمة المتكاملة ستساعد على تعويض هذا الانخفاض.

لقد اعتمدت الشـركات لوقت طويل على نظرية مفادها أن بيع الأجهزة من المحتمـل أن يؤدى إلى زيادة حركة المرور عبر الشـبكة وزيادة ولاء العملاء. كما يعتقدون أن بيع مجموعة كبيرة من الأجهزة يمكن أن يسـاعدهم على بيع المزيد من الخدمات الرقمية للعملاء. وقد نجحت العديد من الشركات فى تحقيق نتائج جيدة فى هذا الإطار.

ومع ذلك، فإن المنتجات مرتفعة الثمن، مثل الكاميرات، تحتاج إلى دعم قوى من الشـركات سـواء فى عملية تمويل الشـراء، أو من حيث توفير موظفين مهرة يمكنهم شـرح كيفية استخدام تلك الأجهزة لإنشاء منزل ذكى، وتوفير خدمات الترفيه، وتعزيز أمن المنزل. وهذه التوجه سيفيد مجموعات محددة من المستهلكين.

خدمات التليفزيون

تعـد الخدمات التليفزيونية، وخدمات الفيديـو من مصادر النمو للعديد من مشـغلى الاتصالات. ويتوقع الخبراء أن تمثل الخدمات التليفزيونية 13 ٪ من إيرادات شـركات الاتصالات بحلول عام 2022. ويتوقع المشـغلون أن يساعد الطلب المتزايد على عروض الفيديو عند الطلب، ومشاركة الأرباح مع الشركاء الذين سـيوفرون المحتوى سيساعدهم على تعويض بعض الفقد الحاصل فى الإيرادات. ولهذا، تسعى العديد من الشركات إلى التعاون مع المنافسين واحتوائهـم بدلا من الدخول فى صدام دام معهم. إن الاندماجات التى نراها يوما بعد يوم بين خدمات الاتصالات التقليدية، وخدمات توفير المحتوى يعد مؤشرا واضحا على نجاح هذا التوجه.

الخدمات الرقمية

تعتقد الكثير من شركات الاتصالات أن إنترنت الأشياء سيكون أحد المحركات الرئيسـية للنمـو فى قطـاع الخدمات الرقمية الأوسـع، خصوصـا مع دخول خدمات الجيل الخامس حيز التطبيق التجارى. ومن المتوقع أن تمثل الخدمات الرقمية حوالى 14 ٪ من إيرادات الشـركات بحلول عام 2025 حيث أن الطلب المتزايد على خدمات المنزل الذكى، والسيارات المتصلة، والحوسبة السحابية الشخصية ستكون بديلا هاما يجب النظر إليه بعين الاعتبار.

وللاسـتفادة الكاملة من هذه الفرص، يحتاج المشغلون إلى التفكير بعناية فى كيفية بيع هذه الخدمات. كما سـيكون عليهم أن يوضحوا للمشـتركين الفـارق بينهم وبين العديد من اللاعبين الآخريـن (منصات الإنترنت) الذين يأملون فى كسـب شـريحة من أسـواق المنزل الذكى، والترفيه، والسيارات المتصلة. كما سيحتاج المشـغلون إلى ضمان تدريب موظفيهم وتحفيزهم لبيع الخدمات الرقمية.

ويمكن لشـركات الاتصالات تمييز نفسـها من خلال توفير خدمات التثبيت، والدخول فى شـراكات مع المتخصصين، مثل شركات التأمين، وشركات بيع الأجهزة، وشركات خدمات ما بعد البيع. وسيقوم العديد من منافسيهم أيضا بتنفيذ نفس النوعية من الشراكات. ففى ألمانيا، على سبيل المثال، تتعاون شـركة الطاقـة E.On مع Nest وهى وحدة تابعة لشـركة جوجل. ومن خلال هذه الشراكة يتم بيع أجهزة Nest المخفضة. ويعتبر هذا النموذج من نماذج المنافسـة مع شركات الاتصالات. ولهذا، يتطلب نجاح شركات الاتصالات فى توفير وبيع الخدمات الرقمية القيام بإعادة تقييم المشهد التنافسى، واختيار الشركاء المتعاونين تبعا لذلك.

الخدمات المالية

لا تزال الخدمات المالية التى تقدمها شـركات الاتصالات المالية فى مهدها، لكنها قد تكون مصدرا للنمو فى المسـتقبل. وتتوقع شـركات الاتصالات أن تنمو نسـبة الإيـرادات الناجمة عن تقديم الخدمات الماليـة، وأن يكون هذا النمو مدفوعا بمجموعة من العوامل، كالتحويلات الائتمانية، والخدمات التى تتيح للعملاء تخزين الأموال فى محافظ رقمية على هواتفهم.

وفـى عام 2017 أصدر الرئيس عبد الفتاح السيسـى، القـرار الجمهورى رقم 89 لسنة 2017 بإنشاء المجلس القومى للمدفوعات. وتضمنت المادة الأولى، من القرار المنشـور فى الجريدة الرسمية، أن ينشأ مجلس يسمى: "المجلس القومى للمدفوعات" برئاسـة رئيس الجمهورية، وعضوية 16 عضوا. ويعد تأسـيس هذا المجلس خطوة هامة فى تحـول الدولة نحو الاقتصاد الرقمى. ومن المؤكد أن شركات الاتصالات سيكون لها دور رئيسى فى منظومة الدفع الإلكترونى فى المرحلة المقبلة. كما أطلق الرئيس مبادرة للشـمول المالى، وأوضـح الرئيـس أن مصر تتطلـع لأن تكون دولة رائدة فى مجال الشـمول المالـى، حيث تعمل على بدء مرحلة جديـدة يتم خلالها تضمين المواطنين ماليا، بما يسـاهم فى تقليص الاقتصاد غير الرسـمى، ويذلل العقبات التى تحول دون وصول الخدمات المالية الرسـمية لجميع شـرائح الشعب والفئات المستبعدة مالياً، وخاصة المرأة والشباب.

مصر والشمول المالى
وتقدم شركات الاتصالات العاملة فى مصر خدمات مالية تحظى بإقبال جيد. وتؤكد شركات المحمول أنها تسعى بشكل كبير لنشر الشمول المالى، وذلك من خلال التوسع فى الخدمات المالية التى تقدمها عن طريق الهاتف المحمول، مثل خدمة "اورنچ كاش" التى تقدمها شركة اورنچ مصر، وخدمة "فودافون كاش" من فودافون مصر، وخدمة "اتصالات كاش" التى تقدمها شركة اتصالات مصر. ومن شأن تلك الخدمات تقليل حجم التعاملات النقدية، لحين وضوح آليات التعامل واستراتيجية المجلس القومى للمدفوعات.

وتؤكد شركة اورنچ مصر أن استخدام الهاتف المحمول كمحفظة يسهم بشكل كبير فى تيسير المعاملات المالية، وأوضح الشركة أنها أطلقت خدمة "موبى كاش"، التى تتيح خدمة تحويل الأموال فى ثوان لتمكين عملائها من إجراء عمليات الدفع والتحويل للأموال بشكل ميسر وبطريقة آمنة. كما تتيح الشركة لعملائها القيام بتحويلات مالية عن طريق هواتفهم المحمولة وإرسالها إلى عملاء آخرين مشتركين فى الخدمة نفسها، إضافة إلى إمكانية زيادة أرصدتهم أو سحبها عبر منافذ جميع الفروع التابعة للشركة، فضلا عن إمكانية دفع فواتيرهم عبر الهاتف المحمول، وتعبئة أرصدة حسابات هواتفهم المحمولة مسبقة الدفع، وشراء العديد من السلع والخدمات من مختلف منافذ البيع والمحال التجارية المنتشرة فى مصر، إضافة إلى استخدام هواتفهم المحمولة لإجراء معاملات دفع عبر الإنترنت فى أى مكان من العالم.

أولويات
لا تزال حقائب المنتجات التى تقدمها شركات الاتصالات، وفى هذا الإطار تكون الأولوية القصوى هى الاستفادة بشكل أفضل من بيانات العملاء المتاحة لدى الشركات. وحتى هذه اللحظة لم تنجح شركات الاتصالات فى استخدام هذا المورد بشكل فعال، على العكس من منصات الإنترنت مثل جوجل وفيسبوك. وتتطلب الإدارة الفعالة للبيانات من الشركات إعادة النظر فى استراتيجية إدارة البيانات والتحليلات، ومنحها الأولوية القصوى. وفى كثير من الحالات، يمكن لأنظمة تكنولوجيا المعلومات غير المتوافقة والمتباينة أن تعيق محاولات شركات الاتصالات لدمج وتحليل بيانات العملاء الخاصة بهم.

على الرغم من أن بإمكان شركات المحمول، بل، ومن الواجب عليهم استخدام بيانات العملاء الشاملة الخاصة بهم لتخصيص عروض منتجاتهم وخدماتهم، إلا أن معظم شركات الاتصالات لم تقدم بعد عروض أسعار ومقترحات شخصية فعالة تجعلنا نعتقد أنها بدأت السير فى الطريق الصحيح. ويبدو أن الشركات بحاجة إلى مزيد من التبسيط لخطط التعريفة التى تقدمها للعملاء، بالإضافة إلى مزيد من الفصل بين عقود الهواتف والخدمات، بالإضافة إلى مزيد من المرونة للعملاء.

الذكاء الاصطناعى
هناك ما يشبه الإجماع بين شركات المحمول على أن تطبيقات الهاتف المحمول أصبحت أهم قناة لخدمة العملاء، لدرجة تتفوق على الخدمات



الصوتية التى تقدمها. ومن المرجح أن يظل الأمر كذلك. ولكن هناك أيضا اعترافا بأن الواجهة الصوتية، المدعومة بالذكاء الاصطناعى تزداد أهميتها يوما بعد يوم.

ومع تحسن تقنيات الذكاء الاصطناعى، بدأت بعض شركات الاتصالات، مثل اورنچ، فى استخدام التكنولوجيا لتعزيز خدمة العملاء الخاصة بهم. فى بعض الحالات، يتم استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعى لأتمتة الردود على الرسائل الواردة من العملاء. وتشير توقعات العديد من الرؤساء التنفيذيين لشركات الاتصالات إلى أن العملاء سيظلون راغبين فى اللجواء إلى الخدمات الصوتية ، بينما يعتقد عدد منهم أن تطبيقات الهاتف المحمول الخاص بالشركة سيكون هو القناة الأساسية للتعامل فى المستقبل. وتعتقد النسبة الأقل أن أجهزة الكمبيوتر المكتبية والكمبيوتر المحمول ستكون هى القناة الأساسية التى يفضلها العملاء.

وتقوم بعض شركات الاتصالات بتطوير آليات متقدمة لخدمة العملاء تستفيد من الذكاء الاصطناعى. على سبيل المثال، تتيح بعض الشركات ما يسمى منصة الذكاء المعرفى AURA لمنح العملاء السيطرة الكاملة على جميع تفاعلاتهم الرقمية مع الشركة، واكتشاف مقترحات العملاء الجديدة. وتدعم هذه المنصة التعرف على الصوت، كما أنها متوافقة مع مع Am-azon Echo ونظام الواقع المختلط HoloLens الذى تنتجه شركة Microsoft وتستخدم AURA بيانات العميل لتوفير تجربة مستخدم مخصصة وتقديم توصيات مخصصة حول المنتجات والخدمات. وبالإضافة إلى ذلك تتيح منصة الذكاء المعرفى AURA للعملاء مشاهدة البيانات التى تم إنشاؤها باستخدام منتجات الشركة وخدماتها بترتيب زمني.

قنوات الاتصال
أصبحت شركات الاتصالات تعتمد شيئا فشيئا على التسويق الرقمى، لكن الأمور متأخرة كثيرا عن قطاع الخدمات المالية، وقطاع السيارات، وقطاع الإلكترونيات الاستهلاكية. وعلى مدى السنوات الخمس المقبلة، يتوقع المشغلون أن تنخفض ميزانية اتصالات العملاء الخاصة بهم بمتوسط 2 ٪ لكل عملية بيع، مع زيادة قدرها 26 ٪ فى حصة القنوات الرقمية وتراجع بنسبة 26 ٪ فى حصة القنوات الكلاسيكية. ويدرك المسئولون الإداريون والموظفون الرئيسيون فى شركات الاتصالات أن هناك حاجة ملحة إلى إعادة التفكير بشكل أساسى فى الطريقة التى تتواصل بها شركات الاتصالات مع عملائها، خصوصا من جهة التفاعل بسرعة مع السلوك المتغير فى قاعدة المستهلكين، ولاسيما فى قطاع الدفع المسبق. كما تدرك شركات الاتصالات أنه لا يمكن تحسين التكاليف أو الإنتاج بدرجة أكبر باستخدام نفس العقلية المنغلقة. ففى عصرنا الحالى يجب أن تتفاعل جميع القنوات وتعزز بعضها البعض، لأن رحلة العميل مع الشركة يمكن أن تمر أو تتنقل بين القنوات عدة مرات.

ونظرا لأهمية الدور الذى تلعبه القنوات الفردية نظرا لمرونتها وقدرتها على شخصنة تجربة العميل، فإن شركات الاتصالات تدرك أن عليها أن تطور مجموعة واسعة من القدرات الداخلية التى تشمل العديد من قنوات التسويق والاتصالات المختلفة.

التغييرات الأساسية
لكى تستطيع تحقيق استراتيجياتها، تحتاج شركات الاتصالات إلى إجراء تغييرات جوهرية على نماذج التشغيل الخاصة بها، مع التركيز على السرعة وعلى مستوى الدعم، مع الاستعانة بمصادر خارجية للأنشطة غير الأساسية. وقد يتطلب الأمر إعادة استثمار رأس المال، وإعادة هيكلة بعض الخطط التشغيلية، وتغييرات فى طرق وقنوات التعامل مع العملاء مع تحديد واضح للأولويات، والتركيز على التقنيات الحديثة كتقنيات الذكاء الاصطناعى، وكذا تنويع قنوات التعامل مع العملاء، وقد يتطلب الأمر التعاون والاندماج مع شركاء آخرين لتقديم أفضل تجربة ممكنة، والتوسع فى تطبيق نماذج وخدمات جديدة كالخدمات المالية، وأتمتة بعض الخدمات كعمليات تنشيط الهاتف الجديد، وبالتالى توفير الوقت للعملاء، وخفض التكاليف. وترحيل المعاملات من القنوات المادية عالية التكلفة إلى القنوات الرقمية منخفضة التكلفة، وإصدار الفواتير الإلكترونية. كما سيتطلب الأمر الاعتماد بشكل فعال على الموارد الهائلة المتاحة لديها من بيانات العملاء.

الحرب الأمريكية على "هواوى".. تأثيرات محدودة وبدائل جاهزة

مؤسس ورئيس "هواوى": "علاقتنا بالشركات الأمريكية لن تدمرها ورقة من ترامب"

أكد رن تزنفيه، مؤسس ورئيس شركة هواوى أن الإجراءات التى اتخذتها الإدارة الأمريكية بمنع الشركات الأمريكية من التعامل معها، وما تبع ذلك من إعلان عدد من الشركات الأمريكية الكبرى كشركة جوجل وقف أعمالها مع هواوى لم تكن مفاجئة، وأن الشركة توقعت هذا السيناريو، واستعدت له مسبقا.

تقرير: أشرف شهاب - مصطفى الدمرداش

وقال "تزنفيه" فى لقاء مجموعة من الاعلاميين الصينيين عقب قرار شركة جوجل نهاية مايو الماضى أن الجديد فى الأمر هو التسارع الكبير فى وتيرة الأحداث وتتالى مستجداتها على أكثر من صعيد.

التقليل من شأن هواوى

وأوضح "تزنفيه" أن ما يجرى مع شركة هواوى خارج السيطرة كونه مدفوعًا تماماً بدوافع الساسة الأمريكان، وأنه لا ينبغى لأحد بما فيهم الإعلام توجيه اللوم للشركات الأمريكية التى أعلنت عن وقف تعاملاتها مع هواوى باعتبار انها مجبرة على الامتثال للأمر التنفيذي، وأن من يستحقون اللوم بالفعل هم السياسيين الأمريكيين الذين يتبنون هذا الموقف.

وأوضح تزنفيه أن الإدارة الأمريكية وقعت فى خطأ التقليل من شأن هواوي، فالشركة كانت تعلم تماماً أنها ستصل إلى مفارق الطرق مع الحكومة الأمريكية، وأنها خططت مسبقاً لتكون جاهزة للتعامل مع مثل هذه الأحداث.


رن تزنفيه


كين هو


تشن لى فانغ

وأكد "تزنفيه" ثقته التامة فى قدرات الشركة وريادتها فى مجالات عدة، موضحا أن التأثير سيكون محدودا لدرجة كبيرة ، لأن الشركة تتربع على عرش الريادة العالمية لتقنيات الجيل الخامس لدرجة أن منافسى الشركة لن يمكنهم اللحاق بركبها خلال العامين أو الثلاثة القادمة.

وأوضح "تزنفيه" أنه حتى لو ثبت حظر توريد المكونات التى تصنعها الشركات الأمريكية لهواوي، فإن الشركة لن تعانى من نقص حاد فى التوريدات لأن لديها البدائل، خصوصا، وأنها تعتبر على رأس قائمة المصنعين العالميين لأكثر المكونات تطوراً وأهمية، وتمتلك قدرات هائلة فى هذا المجال، بما فى ذلك إنتاج رقاقات تفوقت بها فعلياً على العديد من الشركات. ولكن فى حال استطاعت الشركات الأمريكية الحصول على موافقة من الحكومة الأمريكية لمتابعة التوريد لهواوي، فسيسر الشركة متابعة علاقاتها طويلة الأمد مع شركائها والشراء منهم مجدداً. وأعرب عن اعتقاده أن الحصول على موافقة الحكومة الأمريكية على إعادة التعامل مع هواوى ليس بالأمر الذى يمكن تحقيقه بسرعة، لذا تعمل هواوى حالياً على تطبيق خطط أعمال المرحلة المؤقتة التى يمكنها التعامل مع الوضع الراهن. وأضاف: "تتمتع هواوى بعلاقات وطيدة واستراتيجية وطويلة الأمد مع الشركات الأمريكية، ولن تتعرض هذه العلاقات للتدمير بسبب قطعة ورقية تتمثل بأمر تنفيذى للرئيس ترامب".

وفى إشارة واضحة لثقة هواوى من تفوقها على الولايات المتحدة الأمريكية فى مجال تكنولوجيا الجيل الخامس وريادتها العالمية لهذه التقنية، قال تزنفيه بأنه لا يعلم تماماً ما الذى يدور فى مخيلة الساسة الأمريكان الذين يقودون الحملة ضد هواوي، لكنه يعتقد بأنه لا يجب على شركة هواوى أن تكون مستهدفة من الحكومة الأمريكية لمجرد تفوقها على الشركات الأمريكية فى تقنية الجيل الخامس، أو لاعتبارات صراعات تجارية بين الصين وأمريكا، فالأحرى أن يتعاون الجميع وأن تكون الحكومة الأمريكية منفتحة على الحوار والنقاشات البناءة المبنية على حقائق علمية وتكنولوجية، لا مجرد ادعاءات لايمكن إثباتها بأى دليل.

وردا على سؤال حول رؤيته لتبعات قرارات الحكومة والشركات الأمريكية على باقى الأسواق التى تعمل فيها هواوى، قال "تزنفيه" بأنه لا يعتقد بأن الدول الأوروبية ستتبع خطى الحكومة الأمريكية فى التشكيك غير المبرر بهواوى أو حظر أعمالها. وأكد أن شفافية هواوى وانفتاحها ليس له حدود، وأنها عبرت عن ذلك مراراً وتكراراً على لسان جميع مدرائها، وفى حالة وجود أى وجهة نظر أو مقترح بخصوص أى شكوك حيال أعمال الشركة من جانب أى حكومة أو عميل، فإن الشركة ستكون سعيدة جداً بالوقوف على الحقائق ومناقشتها بشكل علمى ومنطقي، خارج نطاق المحفزات أو الدوافع السياسية.

وأشار "تزنفيه" إلى أن تكنولوجيا الجيل الخامس التى ساهمت هواوى فى تطويرها وتربعت على عرش ريادتها عالمياً تم بفضل جهود البحث والتطوير التى قامت بها هواوى، لدرجة أنها ساهمت فى وضع أكثر من 27 ٪ من مقاييسها ومعاييرها العالمية من خلال أكثر من 26 مركزًا للبحث والتطوير فى مختلف دول العالم، وأكثر من 700 عالم رياضيات و 800 عالم فيزياء، و 120 عالم كيمياء يحاولون الوصول لاكتشافات تقنية جديدة تشكل علامات فارقة لخدمة مستقبل البشرية.

لا مزيد من الجدران

ومن جهــة أخرى أعلن "كين هو"، نائب رئيس مجلس إدارة شــركة هواوى فى كلمة ألقاها أمام المشــاركين فى: "مؤتمر بوتســدام للأمن الســيبرانى الوطنى" بجامعة بوتســدام الألمانية، أن القيود التى تم فرضها على هواوى تمت بناء على مزاعم لا أســاس لها بهــدف تعطيل عمليات هواوى، واضاف: "نعتقد أن هذا السلوك غير مبرر على الإطلاق".

وفــى أوروبــا، يعتمد ما يقرب من ثلاثــة أرباع مســتخدمى الهواتف الذكية علــى هاتف يعمل بنظام أندرويد، وتمثل أجهزة هواوى حوالى ٪20 من هذا السوق، وبالتالى فإن مثل هذه القرارات المتهورة يمكن أن تسبب الكثير من الضرر للمستهلكين والشركات فى أوروبا.

وأوضح "كين هو" أن ما يحدث مع هواوى يشكل سابقة خطيرة تتعارض مع قيم مجتمع الأعمال الدولى، وتقطع سلسلة التوريد العالمية للشركة، وتعوق المنافسة العادلة فى السوق. وحذر من تكرار نفس الموقف مع أى صناعة أو شركة أخرى فى المستقبل إذا لم تتم مواجهة هذه المشكلات بشكل مشترك.

وأضــاف: "عندمــا وصلت إلى حرم جامعة بوتســدام قيل لــى إننا فى موقع تاريخــى حيث كان جدار برلين يقف ذات يــوم، وهذا يذكرنى بحقيقة أننا لا نريد رؤية جدار آخر، ولا نريد أن نخوض تجربة مؤلمة أخرى.. لا نريد بناء جدار جديــد من حيث التجارة، ولا نريد بناء جدار جديد من حيث التكنولوجيا أيضًا. نحــن بحاجة إلى نظام بيئى عالمى متكامل يمكنه مســاعدتنا على تشــجيع الابتكار التكنولوجى الأسرع ونمو اقتصادى أقوى للحفاظ على الرخاء للمجتمع البشري.

أمريكا تحتاج هواوي

وتحت عنوان "الولايات المتحدة تحتاج إلى هواوى"، نشرت جريدة "نيويورك تايمز" الأمريكية مقالاً لنائبة رئيس شــركة هواوى "تشن لى فانغ" أوضحت فيه أن القرار الذى أصدره الرئيس ترامب قد يضع الأساس لفرض حظر على بيع معدات هواوى فى الولايات المتحدة بإعلان "حالة طوارئ وطنية".

وأوضحــت أن قرار وزارة التجارة بأن تطلب من الشــركات الأمريكية الحصول على تراخيص خاصة لبيع المكونات إلى هواوى قد يجعل من الصعب - إن لم يكن مســتحيلاً - أن تحصل الشركة على المكونات الرئيسية لمعدات تبديل الشبكة والهواتف الذكية. لكن الحظر لن يجعل الشبكات الأمريكية أكثر أمانًا. وبدلاً من ذلك، ســيضر بآلاف من الأمريكيين الذين تســتخدمهم الشــركات الأمريكية التى تتعامل مع شركة هواوى التى تشترى بأكثر من 11 مليار دولار سلع خدمات من الشركات الأمريكية كل عام. كما أن فرض الحظر التام على معدات هواوى يمكن أن يلغى عشرات الآلاف من الوظائف الأمريكية.

وأضافت

نظرا لأن معدات هواوى مثبتة فى عشــرات شــبكات 4G فى المناطق النائية والريفيــة فى البلاد، فإن هذا الحظر ســيمنع شــركات الاتصــالات الأمريكية الصغيــرة المســتقلة، مثــل Eastern Oregon Telecom و Union Wireless in Wyoming، من تطوير خدمات جديدة وتقديم اتصالات أسرع لملايين الناس. بدلاً من ذلك، ســيضطر هؤلاء المشغلون إلى إنفاق أموالهم المحدودة على اســتبدال معدات هواوى بمعدات أكثر تكلفة مقدمة من منافســيها (هناك شركتان - إريكسون ونوكيا - و هما ليستا شركتين امريكيتين

وقالت تشــن لــى إن هواوى تعتبر شــركة رائدة فى مجــال تكنولوجيا 5G. قــد يؤدى حظرها إلــى الإضرار بالاقتصاد الأمريكى عــن طريق منع الولايات المتحدة من مواكبة بقية العالم فى طرح شبكات الجيل الخامس. و يمكن أن ينتهى الأمر بالولايات المتحدة إلى أن تتخلف عن العديد من الدول الأوروبية والآســيوية التى تخطط لإدخال شــبكات الجيل الخامس والأهم من ذلك، أن الحظر سيفشــل فى تحقيق هدفه المتمثل فى جعل الشــبكات الرقمية فى البلاد أكثر أمانًا.



حسام الجمل

التحول الرقمي مستقبل التجارة الداخلية والشركات الصغيرة والمتوسطة

التجارة الداخلية هي مفتاح الاســتثمار والنمو وتنافســية الأسعار وجـودة المنتجات وهــي مــن اهم القطاعــات والتي تمس مباشــرة احتياجات كل مواطــن وكذلك لها دور حيــوي فــي الاقتصــاد القومي وفــي الصــادرات المصرية وفي الأمــن القومي. التحــول الرقمي في هــذا القطاع ممكن ان يتحقق على مراحــل غير مكلفة تتبناها الدولــة وتشــارك فيهــا جميع الأطــراف اصحــاب المصلحة مــن مورديــن ومزارعين ومنتجيــن وموزعيــن ومصنعيــن وتجــار ومصدريــن ومتخصصين اخريــن. ان اكثر مــا تعانــي منه التجــارة الداخليــة وخاصة للشــركات الصغيــرة والمتوســطة يتمثل فــي: -1 التســويق في نطاق اوســع من الدائــرة الجغرافية المحدودة لمقر الشــركة -2 تكوين شــراكات وســلاســل قيمة مضافة تكاملية وموفرة وتحقق التنافســية -3 معرفــة خصائص الاســواق والفــرص والتحديات الحقيقية -4 توفــر فرص التمويل لمراحــل النمــو المختلفــة -5 تيســير اليــات الدفــع مقابــل الخدمة بطريقة ســريعة ومؤمنــة -6 تيســير اليــات توصيــل المنتج او الخدمــة بتكلفة محــدودة من منطقة الــى اخرى في ربــوع الوطن -7 تيســير ضمــان المنتج/الخدمة للمســتخدم بارجاع او تبديــل المنتــج طبقــا للشــروط -8 تقييم الشــركات وجودة خدماتهــا وبناء الثقة و الحقيقــة ان التحــول الرقمــي يقــدم حلول بســيطة وتــم تجربتها وتحقــق نتائج مميــزة لمعالجــة هــذه التحديات ســريعا وتوفيــر نقلة نوعية فــي التجــارة الدخلية وتنمية الشــركات الصغيرة والمتوســطة لتســتطيع المنافســة والنمو والانتشــار في الاســواق وتنميــة الاقتصــاد القومي الذي يتكــون ٪60 منه من الشــركات الصغيرة والمتوســط والتــي مع نجــاح انتقالها الى مراحل اكثر توســعا تحقــق نمو اقتصادي وفــرص توظيــف واعدة في انحــاء الوطن وتحقق مســتهدفات العدالــة الاجتماعية وتنتقــل الى فــرص التصديــر المتخصص بعد تحقيــق النضج التســويقي والمالي والفنــي والســمعة المحلية اللازمة. التقــدم التكنولوجي واســتخدام الحلول الحديثة فــي الأدارة اصبحت تعتمد التشــاركية المجتمعية ومرونة سلاســل القيمة المضافة والأبداع وذلك لســرعة تحقيق نقلات نوعية في خدمــة المواطنين وتنمية الاعمال والاقتصــاد. وهنــاك كثيــر مــن الامثلة المميــزة في مجــال تنمية التجارة للشــركات الصغيــرة والمتوســطة دوليــا وايضا اقليميا مثــل منصة امازون و ســوق دوت كوم الاقليميــة التي اشــترتها او اي باي او دوبيزل ونســختها الاقليميــة اولكس او منصة علــي بابــا ومــا حققته من شــهرة. ومثــل هــذه المنصــات والمنظومــات بالاضافة لتحقيــق اهــداف تيســير الاعمال والربح والتوســع الســوقي فانها تجمــع حجم كبير ومحــدث لحظــي للبيانــات والتي بتحليلهــا يمكن معرفــة احتياجات الســوق واذواق المواطنيــن مقســمين جغرافيــا واقتصاديــا والمنتجــات المميزة والشــركات الواعدة والتغيــرات الموســمية وفرص الاســتثمارات وغير ذلــك من بيانات شــديدة الاهمية لمتخــذ القــرار وللســوق والتــي ممكــن بعــد ذلــك ان تترجــم الــى ذكاء اصطناعي فــي تقديــم خدمات افضــل وايضا في خطــط تنموية اكثــر تطــورا وتفاعلية. وما نحتــاج للاســتفادة مــن التحــول الرقمــي لتمكيــن الشــركات الصغيرة والمتوســطة وتنميــة التجــارة المحلية والتشــغيل هو: -1 عمــل منظومة/ منصــة رقمية للتجارة الداخليــة تتبناهــا وزارة التجــارة والصناعة مع مشــاركة جهاز المشــروعات الصغيرة والمتوســطة واتحــاد الصناعــات والغرفــة التجاريــة مــع ربطهــا بمنظومــة دفع من خلال المحمول او الكروت ومنظومة شــحن وتســليم مبســطة وتماثــل المنظومات الاكثــر شــهرة مع توفيرها بشــكل تحفيــزي للاطــراف المختلفة -2 مشــروع قومي وخطــة تســوقية لرفع الوعي على مســتوى الوطن باهمية اســتخدام هذه المنصة ومثــل هــذه المنظومــات وكيفية اســتخدامها وذلك على مســتوى مجتمــع الاعمال مــن اتحــاد صناعــات وغــرف تجاريــة وبالقطاعــات المختلفــة الزراعيــة والحرفيــة والصناعيــة والتجاريــة -3 التعــاون الوثيق مع منظمــات المجتمع المدنــي التنموية لايصــال الرســالة ورفع الوعي فــي ربوع الوطن ولاصغر مؤسســات فردية وبخاصة لتحفيــز الاقتصــاد غير الرســمي لأســتخدام المنصــة -4 توعيــة المواطــن بالقيمة والعائــد مــن اســتخدام هــذه المنصــة للحصــول علــى افضــل قيمــة تنافســية ومــن اي مقــدم منتــج او خدمــة موثــق في انحــاء مصــر -5 تشــجيع رواد الاعمال لتبنــي مبــادرات وافــكار مشــاريع اقتصاديــة يتــم تســويقها عبر المنصــة -6 وضع مســابقات فــي مجــالات ريــادة الاعمــال عبــر المنصــة لتقييــم افضــل الشــركات الصغيــرة والمتوســطة في تخصصات مختلفــة وتوفير فرص تمويل وارشــاد للنمو الســريع. -7 تكويــن مجموعــة تخطيط ومتابعــة لتقييم وتحليــل البيانات الضخمة مــن المنصــة ووضــع الخطــط التنمويــة والتحفيزيــة والتنظيمية المناســبة وما تم طرحــه هنــا هو إطارعــام ومقترحات واقعية بدراســات تطبيقية وأمثلــة منفذة في دول مثلنــا لتنمية التجــارة الداخلية وتقديــم بيئة تكنولوجية تحفيزية للمؤسســات الفرديــة والشــركات الصغيرة والمتوســطة وتوفيــر فرص عمل متنامية وتســتكمل بالطبــع هذه المقترحــات لتحقيق نقلة حقيقية من خلال التحول الرقمي والشــمول المالــي... وللحديث عــن التحول الرقمــي بقية...

hossam@elgamal.com

رئيس التحالف الإفريقى لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات |

قرار جوجل حظر هواتف "هواوى" و "هونور"

ماذا عن الهواتف الحالية والمستقبلية؟

أثار قرار شركة جوجل الذى أصدرته امتثالا لقرار وزارة التجارة الأمريكية بحظر التعامل مع الهواتف التى تحمل العلامة التجارية لشركة "هواوى" أو الهواتف التى تحمل العلامة التجارية "هونور" Honor (شركة تابعة لهواوى) الكثير من التساؤلات والمخاوف بشأن مصير الأجهزة الحالية أو المستقبلية. وفيما يلى نجيب لك عزيزى القارئ على الأسئلة التى قد تكون قد تبادرت إلى ذهنك.

يعنى الأمر الذى أصدرته الحكومة الأمريكية بشكل أساسى أن شركة هواوى لن يكون بإمكانها شراء التكنولوجيا أو أى مكونات من الشركات الأمريكية دون موافقة الحكومة الأمريكية كما يعنى القرار أن هواتف "هواوى" وهواتف "هونور" لن يكون مسموحا لها إلا باستخدام الإصدار المتاح علنا من نظام التشغيل أندرويد، وهو الإصدار الذى لا يشمل حق الوصول إلى تطبيقات جوجل مثل: "خرائط جوجل" Google Maps و "يوتيوب" youtube أو متجر تطبيقات جوجل Google Play Store أو مساعد جوجل الرقمى Google Assistant.

تقول جوجل إنها تمتثل للأوامر الصادرة لها، وأنها تعكف على مراجعة تأثيرات تلك القرارات. لكن من الواضح أن جوجل ليست سعيدة على الإطلاق بما يحدث مع شركة هواوى وشركة هونور باعتبارها شركة تابعة لهواوى بسبب أن تلك القرارات ستؤدى فى نهاية الأمر لحرمان جوجل من العوائد الإعلانية التى كانت تربحها نتيجة استخدام الشركات الأخرى لتطبيقاتها.

ماذا عن أجهزة هواوى وهونور الحالية؟

أكدت "جوجل" و "هواوى" بالفعل أن جميع أجهزة هواوى الحالية، على سبيل المثال جهازى P30 Pro و Mate 20 Pro لن تتأثر بالقرار. وبما أن Honor هى شركة تابعة لشركة هواوى، فستنطبق نفس الآثار على هواتفها أيضا ولن تتأثر.

وتقول شركة جوجل بوضوح: : "بالنسبة لمستخدمى خدماتنا، ستظل خدمات جوجل بلاى وتطبيقات الحماية الأمنية من جوجل تعمل على جميع أجهزة هواوى الحالية".





وتقول شركة هواوى إنها "ستستمر فى توفير تحديثات الأمان وخدمات ما بعد البيع لجميع هواتف هواوى وهواتف هونور الذكية الحالية سواء تلك التى تم بيعها بالفعل أو لا تزال فى المخازن على مستوى العالم، ونفس الشىء ينطبق على جميع أجهزة التابلت".

ومع ذلك، فإن "تحديثات الأمان وخدمات ما بعد البيع" لا تتضمن تحديثات الميزات التى تطرأ على نظام التشغيل أندرويد، مما قد يعنى ذلك أن ميزات نظام تشغيل Android Q الحديث لن تكون متوفرة لمستخدمى "هواوى" و "هونور" الحاليين أو فى المستقبل. وهذا الأمر من المحتمل أن يؤثر على مبيعات هواتف "هواوى" و "هونور" خلال الأشهر المقبلة.

وفى 20 مايو الماضى منحت وزارة التجارة الأمريكية لشركة هواوى ترخيصا مؤقتا ينتهى فى 19 أغسطس 2019. يتيح لشركة هواوى "توفير الخدمة والدعم، بما فى ذلك تحديثات البرامج أو التصحيحات، لأجهزة هواوى الحالية" التى كانت متاحة للجمهور يوم 16 مايو أو قبل ذلك. وهو ما يعنى أن بإمكان هواوى مواصلة العمل فى الولايات المتحدة لهذه الأغراض.

يمتد الترخيص أيضًا إلى معدات الشبكات الخاصة بشركة هواوى مما يتيح لها تصحيح أية مشكلات أمنية.

ماذا بالنسبة للأجهزة التى سيتم إطلاقها قريبا؟

من المحتمل أن يكون لهذا القرار آثار على الأجهزة التى يتم تصديرها بعد، أى الأجهزة التى لم تحصل على موافقة من جوجل أو شهادة تتيح لها حق الوصول إلى متجر التطبيقات. وهذا يعنى أن الأجهزة التى ستصدر قريبا لن تحصل على تحديثات نظام التشغيل، مثل التحديث على نظام التشغيل الجديد "أندرويد كيو" Android Q.

وتقول شركة هواوى إن جميع الأجهزة التى تم بيعها أو لا تزال فى المخازن على مستوى العالم لن تتأثر. وبالتالى فإن أى جهاز معروض للبيع الآن فى المحلات لن يواجه أى مشكلة. وينطبق هذا الأمر على الهواتف التى تم إصدارها مؤخرا مثل: Mate 20 X و Honor 20 Pro الذين حصلوا بالفعل على شهادة تصديق من جوجل للدخول إلى متجر تطبيقات جوجل بلاى.

فى نفس الوقت تواصل Honor القول إن إطلاق هاتف Honor 20 يسير كما هو مخطط له.

ماذا بالنسبة للأجهزة المستقبلية؟

الآثار الحالية لهذه الخطوة من جانب جوجل تشير إلى أن جميع أجهزة هواوى و Honor المستقبلية لن يكون لها حق الوصول إلى متجر تطبيقات جوجل بلاى أو غيرها من تطبيقات جوجل الرئيسية. ومع ذلك سيظل بإمكان هواوى استخدام النسخة المفتوحة المصدر من نظام التشغيل أندرويد. ولكن لن يكون من حقها الحصول على نسخة من الإصدار الموثق الحاصل على مصادقة من شركة جوجل.

وهذا يعنى أن هواتف مثل Mate 30 و Mate 30 Pro اللذان من المتوقع إطلاقهما فى شهر أكتوبر 2019 لن يكون لهما حق الوصول إلى متجر تطبيقات جوجل بلاى إذا استمرت الأمور كما هى عليه، مما قد يجعلهما غير جذابين بالنسبة للعديد من المشترين.

بدائل هواوى

قد تلجأ هواوى إلى استخدام نظام تشغيل مطور من جانبها "هونج منج" Hongmeng تم تطويره كنسخة احتياطية لحالات الطوارىء كالتى نتحدث عنها هنا. لكن يبدو أن هواوى لن تلجأ إلى هذ الحل إلا إذا وصلت إلى طريق مسدود.

هل سيستمر هذا الوضع؟

نعتقد أنه سيتم إيجاد حل لهذا الموقف. فى كثير من الأحيان عندما تدخل شركات التكنولوجيا فى نزاعات تجارية، عادة ما يتم حلها فى نهاية الأمر. المشكلة الوحيدة هنا هى دخول الحكومة الأمريكية على الخط. ويبدو أن الرئيس ترامب عنيد. ولا يتراجع بسهولة. ويبدو أن التوترات بين الولايات المتحدة والصين تتجه نحو مزيد من التصاعد. وبالتالى فليس من المتوقع الوصول إلى حلول سريعة..